

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*TANGIBLE, RELIABILITY,*  
*RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY*) DAN *STORE ATMOSPHERE*  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WIJJOEN COFFEE CONTAINER JALAN  
ULER KAMBANG PONOROGO**



Nama : Dony Hendrix Corniawan

NIM : 14413388

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY*) DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WIJSOEN COFFEE CONTAINER JALAN ULER KAMBANG PONOROGO**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Dony Hendrix Corniawan

NIM : 14413388

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen Wijsoen Coffee Contianer Jalan Uler Kambang Ponorogo

Nama : Dony Hendrix Corniawan

NIM : 14413388

Program Studi : Manajemen S-1


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 24 Agustus 2018

Pembimbing I

  
(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)  
NIDN. 0008057601

Pembimbing II

  
(Dra. Umi Farida, MM)  
NIDN. 0710016101

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

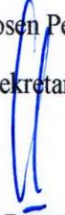
  
(Titirapini, SE, MM)  
NIDN. 0005056301

Ketua

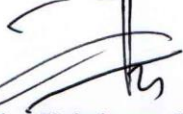
  
(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)  
NIDN. 0008057601

Dosen Penguji

Sekretaris

  
(Drs. Ec. Purwanto, MM)  
NIDN. 0702105301

Anggota

  
(Naning Kristiyana, SE, MM)  
NIDN. 0721117501



## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tangible (X1), reliabilty (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), empathy (X5) dan store atmosphere (X6) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Wijsoen Coffee Container Jalan Uler Kambang Ponorogo. Sampel penelitian berjumlah 96 orang. Metode pengambilan data yaitu menggunakan wawancara, kuesioner dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dan koefisien determinasi. Hasil uji t statistik dalam penelitian ini yaitu variabel tangible (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), variabel reliabilty (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), variabel responsiveness (X3) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), variabel assurance (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), variabel empathy (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), variabel store atmosphere (X6) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil prosentase sumbangan variasi variabel tangible, reliabilty, responsiveness, assurance, empathy dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen sebesar 74,8% sedangkan sisanya 25,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini

**Kata Kunci** : *Tangible, Reliabilty, Responsiveness, Assurance, Empathy, Store Atmosphere, Kepuasan Konsumen*



## KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum.wr.wb**

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY*) DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WIJSOEN COFFEE CONTAINER JALAN ULER KAMBANG PONOROGO”** dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan yang dihadapi, tetapi berkat bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat :

1. H.Sulton, M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan untuk dapat menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Titi Rapini, SE, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh program S1 di Fakultas Ekonomi.
3. Hadi Sumarsono, SE, M.Si selaku dosen pembimbing I yang sangat sabar dan memberikan semangat serta dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Dra. Umi Farida, MM selaku dosen pembimbing II yang telah mmeluangkan waktu untuk membimbing dan memberi semangat, dukungan, motivasi serta petunjuk guna terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang selalu memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis dan memberikan kelancaran dalam hal administrasi.
6. Kedua orang tua tercinta (Bapak Nyokiman dan Ibu Ginah) yang telah memberikan semangat, bantuan, do'a dan dukungan moral serta material serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman terdekatku (Afriliyan Iradoni, Ampy Yoga, Bayu, Bagus, Fandy, Muhadi, Saiful, Sucipto, Dita, Mega Agustina, Tiara Sandi, Nur Mahmudah, Febri Dwi Wardani, Ayuk) yang selalu memberikan dukungan serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Mahasiswa/i Prodi Manajemen angkatan tahun 2014 Kelas B yang telah memberikan sebuah persahabatan
9. Pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dan memberi masukan dan inspirasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada mereka semua yang telah membantu dalam terselesaikannya skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan kripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan dapat digunakan sebagai tambahan dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 24 Agustus 2018

Penulis,



Dony Hendrix Corniawan

## **PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**

### **KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 24 Agustus 2018



**(Dony Hendrix Corniawan)**

NIM : 14413388



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	iii
Abstrak.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Pernyataan Tidak menyimpang Kode Etik Penelitian .....	vii
Daftar isi .....	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 . Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Pemasaran .....	9
2.1.2. Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.3. Strategi Pemasaran.....	11
2.1.4. Bauran Pemasaran.....	12
2.1.5. Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.5.1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	15
2.1.5.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.6. <i>Store Atmosphere</i> .....	17
2.1.6.1. Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	17
2.1.7. Perilaku Konsumen.....	20
2.1.8. Kepuasan Konsumen .....	20



2.1.8.1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	20
2.1.8.2. Alat Ukur Kepuasan Konsumen .....	22
2.2. Penelitian Terdahulu .....	23
2.3. Kerangka Berpikir .....	30
2.4. Hipotesis .....	31

### BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian .....	36
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian .....	36
3.2.1. Populasi .....	36
3.2.2. Sampel .....	36
3.3. Metode Pengambilan Data .....	37
3.4. Definisi Operasional Variabel .....	39
3.4.1. Variabel Independen .....	39
3.4.1.1. Kualitas Pelayanan .....	39
3.4.2. Store Atmosphere .....	41
3.4.3. Variabel Independen .....	43
3.4.3.1. Kepuasan Konsumen .....	43
3.5. Metode Analisis Data .....	43
3.5.1. Kuantitatif .....	43
3.5.2. Uji Instrumen .....	44
3.5.2.1. Uji Validitas .....	44
3.5.2.2. Uji Reliabilitas .....	45
3.5.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	45
3.5.2.4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	46
3.5.2.5. Uji t (Parsial) .....	47

### BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	49
4.1.1. Sejarah Perusahaan .....	49
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	50
4.1.2.1. Visi Perusahaan .....	50
4.1.2.2. Misi Perusahaan .....	50
4.1.3. Struktur Organisasi .....	50

4.1.4.	Gambaran umum tentang Kualitas pelayanan.....	51
4.1.5.	Gambaran umum tentang <i>Store Atmosphere</i> .....	51
4.1.6.	Gambaran umum tentang Kepuasan Konsumen.....	52
4.2.	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	52
4.2.1.	Deskripsi Responden .....	52
4.2.2.	Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.3.	Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.2.4.	Deskripsi Berdasarkan Bersama dengan.....	55
4.2.5.	Deskripsi Berdasarkan Keperluan Berkunjung.....	56
4.3.	Deskripsi Variabel Penelitian / Tanggapan Responden.....	57
4.3.1.	Variabel <i>Tangible</i> (X1).....	57
4.3.2.	Variabel <i>Reliabilty</i> (X2).....	60
4.3.3.	Variabel <i>Responsiveness</i> (X3).....	63
4.3.4.	Variabel <i>Assurance</i> (X4).....	66
4.3.5.	Variabel <i>Empathy</i> (X5).....	69
4.3.6.	Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X6).....	72
4.3.7.	Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	75
4.4.	Uji Instrumen Penelitian.....	78
4.4.1.	Uji Validitas.....	78
4.4.2.	Uji Reliabilitas.....	80
4.5.	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
4.6.	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	84
4.7.	Pengujian Hipotesis.....	86
4.7.1.	Uji t (t Hitung).....	86
4.7.2.	Uji F.....	93
4.8.	Pembahasan.....	94
4.8.1.	Pengaruh <i>Tangible</i> terhadap kepuasan konsumen.....	94
4.8.2.	Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap kepuasan konsumen.....	95
4.8.3.	Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap kepuasan konsumen.....	97
4.8.4.	Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap kepuasan konsumen.....	98
4.8.5.	Pengaruh <i>Empathy</i> terhadap kepuasan konsumen.....	100
4.8.6.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap kepuasan konsumen.....	101

## BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran.....	106

